

Dora Elia Martínez Ramos PhD.

[domartinez@udem.edu.mx](mailto:domartinez@udem.edu.mx)

Profesora Asociada, Universidad de Monterrey, México

Doctora en Comunicación por la Universidad de Massachusetts- Amherst

## El Papel de la Intertextualidad en la Lectura Crítica de un Texto Televisivo Popular: El Caso de *Los Simpsons*

### Resumen

En este trabajo se comentarán algunos hallazgos obtenidos en una investigación exploratoria en dos tiempos realizada con dos muestras de jóvenes mexicanos, a partir de la posibilidad de identificación de subtextos o intertextos en algunos programas de *Los Simpson*, con el objeto de determinar si esta intertextualidad -sea o no decodificada por el receptor- está relacionada con la posibilidad de elaborar una lectura emancipatoria del programa, y en qué medida la imposibilidad de detectar la intertextualidad, nos pondría en una situación de “lectura de resistencia” no deseada.

**Palabras Clave:** Alfabetización en medios, lectura de resistencia, intertextualidad, recepción, televisión.

### Abstract

This paper reports some findings from an exploratory research made in two steps, with two samples of young Mexicans, regarding their ability to identify subtexts or intertexts in some excerpts from *The Simpsons*. The goal being to determine if the appraisal of intertextuality is or it is not related to the possibility of an emancipatory reading of the program, and to find out to what extent the impossibility to detect intertextuality would place the receptor in a non desired “oppositional reading” situation.

**Keywords:** Media literacy, oppositional readings, intertextuality, reception, television.

*Los Simpsons* son, indudablemente, un vehículo por excelencia para la ironía postmoderna, con sus densas y a veces extremadamente sutiles (esto es, solo accesibles luego de repetidas re-visiones del programa) alusiones culturales. Se podría decir que para disfrutar de este programa se requiere una vasta cultura mass-mediática, y particularmente una profunda familiaridad con todo tipo de productos originados en los medios masivos americanos. Una lectura cuidadosa de casi cualquier episodio de *Los Simpsons* requiere del espectador un cierto grado de “literacidad” en medios (*media literacy*) por las constantes referencias que se hacen a otros diversos textos de la cultura masiva

estadounidense. La intertextualidad en *Los Simpsons* se ofrece al espectador en constantes e incansables citas de películas- tanto de cine de director como de cine mainstream o comercial)<sup>1</sup>, de programas de televisión<sup>2</sup>, cultura musical (popular o de élite), y muchas otras manifestaciones provenientes tanto de la “alta” cultura literaria como de la cultura popular norteamericana<sup>3</sup> (aunque en ocasiones también se incluyen textos pertenecientes a otras culturas, pero que en todo caso han pasado a formar parte del acervo del espectador norteamericano).

En los EUA, *Los Simpsons* tiene el paradójico privilegio de ser popular tanto entre la cultura dominante (*mainstream*), como entre los intelectuales de oposición, quienes encuentran en este programa una oscura, subversiva (y que algunos califican de izquierdista), visión satírica del sistema. Esto ha generado que el programa ofrezca una múltiple y aún contradictoria identidad en cuanto producto masivo.

Lo que sí queda claro es la dificultad para establecer en qué medida *Los Simpsons* es un medio para la disseminación de una postura subversiva, o bien un medio para domesticar e integrar en el sistema al espectador disidente. Bajo estas circunstancias, la penetración y sostenida popularidad de este programa de dibujos animados en las pantallas mexicanas merece detallado examen. La primera cuestión que me gustaría explorar en mi presentación es cómo funciona el mecanismo de intertextualidad (llamado por algunos autores “meta-televisión”) que sostiene el carácter autoreflexivo (y claramente postmoderno) del programa, cuando éste es recibido por una audiencia (la mexicana) la cual --en principio-- no podemos asumir que cuente con el mismo tipo de “literacidad” en medios que su contraparte norteamericana.

Para este fin comentaré algunos hallazgos obtenidos a partir de una investigación en dos tiempos realizada por la autora con dos muestras de estudiantes sobre las posibilidades de lectura “de resistencia” (o aberrante, en el sentido que le da Eco (1979) a cierto tipo de resistencia por parte del lector) generadas a partir de la identificación de subtextos o intertextos o alusiones (Genette, 1989), en algunos programas de *Los Simpsons*.

A partir de estos resultados mi presentación explora en qué medida esta intertextualidad --sea o no adecuadamente decodificada por el espectador mexicano-- está relacionada con la posibilidad o imposibilidad de elaborar una lectura emancipatoria del programa. Esto me parece de gran importancia, pues

---

<sup>1</sup> Estas referencias van desde las citas de películas (de forma fragmentaria, como en las referencias que hacen de filmes como *Acorazado Potemkin*, *Psicosis*, *La guerra de las Galaxias* o *Los Pájaros*; o como parodia completa, en el caso de *Ciudadano Kane* o *Cabo de Miedo*)

<sup>2</sup> Gags visuales provenientes de programas que se han convertido en íconos de la cultura norteamericana como *Northern Exposure*, *Dallas*, o *Los años maravillosos*

<sup>3</sup> Las menciones van desde textos como *El cuervo* de Poe hasta *Tom y Jerry* o *Los Picapiedra*).

en el caso de *Los Simpsons*, parecería ser que si la intertextualidad no es reconocida por la audiencia, tendríamos un caso de “resistencia al revés” --si nos remitimos a los conceptos de lectura preferida, lectura negociada y lectura de resistencia (u oposicional) avanzados por Stuart Hall (1980). En el caso de *Los Simpsons*, estaríamos en un caso atípico, en donde la lectura dominante no es la que se alinea con los intereses hegemónicos, y sin embargo, en el caso de no entender las alusiones intertextuales, es la que se rechaza, generando este fenómeno mencionado de “resistencia al revés”.

### **Intertextualidad y metatelevisión**

Existe una creciente tendencia en la cultura popular de nuestros días a recurrir a lo que anteriormente fue un recurso exclusivo de la *avant-garde*, es decir, a lo que pudiéramos llamar “híper-auto-reflexividad” acerca de la naturaleza misma de la cultura popular (Collins, 1995, Olson, 1987). Si bien Spiegel (1992) argumenta que la auto-reflexividad fue también un rasgo recurrente en la primeras *sitcoms* o comedias de situación americanas, y traza dicha característica como una herencia del *vaudeville*, la autora de *Make room for TV* establece que dicho rasgo desaparece una vez que los shows televisivos adquieren una estética propia, a finales de los cincuentas. Por otra parte, Collins (1995), explica el retorno de la auto-reflexividad en los textos contemporáneos como una respuesta al “exceso semiótico” debido a la multiplicación de nuevas tecnologías de acceso y recuperación de la información. Algunos medios, entonces, tratarían de estructurar este exceso, que amenaza desestabilizar los límites tradicionales de tiempo y espacio y que constituye asimismo un reto para la cohesión ideológica de las sociedades postmodernas (Gergen, 1992).

La habilidad de ciertos medios para actuar como una tecnología de absorción puede impedir que toda esa vasta información se convierta en mero “ruido cultural”, en el cual ciertos críticos “apocalípticos” -descritos por Eco (1965) y personificados al extremo en Baudrillard (1993) verían el fin de la significación. Para Baudrillard, la proliferación de mensajes en la llamada era de la información nos hace temer que el individuo, ahogado en un mar de signos, ya no será capaz de negociar su significado. Esta postura presupone que aunque el medio ambiente simbólico cambie, el individuo esencialmente se mantiene igual. Sin embargo este argumento es difícil de sostener, puesto que “imagina un sujeto fuera del lenguaje, capaz de adquirir un vocabulario y una gramática, pero enteramente incapaz de alcanzar fluidez en el procesamiento de información, aunque posea las “mañas de la cibercalle” que invariablemente todo sujeto contemporáneo acaba por aprender” (Collins, 1985, p.32).

A pesar de que mucho se ha dicho sobre este exceso informacional (Collins, 1992, Poster, 1990), el análisis de este tema se ha mantenido centrado en los

textos, y no tenemos información de ningún estudio de recepción que considere esta problemática, es decir, cómo la audiencia real maneja este exceso en la experiencia televisiva cotidiana. El breve estudio exploratorio con un sector de la audiencia de *Los Simpsons* que presento en este trabajo tratará de cubrir en parte esta laguna.

## **Crítica Social e Intertextualidad**

Desde sus comienzos, *Los Simpsons* se ha caracterizado por la crítica feroz a la sociedad americana, ensañándose especialmente con el prefabricado *american way of life* y la anestesia mental que la televisión ejerce sobre la población. Con todo ello sorprende que la serie vaya por la temporada 21, aunque sorprende más que cada vez sea mayor su éxito lejos de su país de origen.

En *Los Simpsons*, la vida cotidiana aparece como una parodia de lo que la cultura popular nos ofrece a través de los medios. Esta burla aparece normalmente bajo la forma de repetidas alusiones a productos de la cultura masiva, ya sea en cuanto a formas o estilo, contenidos o personajes. En otras palabras, estas alusiones serían lo que algunos autores reconocen como mecanismos intertextuales.

Para Bakhtin (1970), lo intertextual, en su más amplio sentido, se da cuando un texto es conformado por textos previos a los cuales el primero responde, y por textos subsecuentes que éste anticipa.

Kristeva (1969) retomando los trabajos previos de Bakhtin sobre literatura y lenguaje, también se ocupa del fenómeno de lo intertextual. La novedad en el enfoque de Kristeva, es la atención que este concepto atrae sobre la dialéctica, historia y dinamismo social inherente al lenguaje, dando cuenta así de la complejidad de los eventos discursivos que tienen lugar en una época de intenso cambio sociocultural y discursivo (Villalobos Alpízar, 2003). Pero es el trabajo de Genette (1989) el que se acerca más a la forma de intertextualidad que vamos a manejar aquí. Para Genette la intertextualidad es una modalidad de algo más extenso denominado transtextualidad, y se trata de una relación de co-presencia entre dos o más textos. Un ejemplo particular de eso sería la alusión, un enunciado cuya plena comprensión supone la percepción de su relación con otro enunciado al que remite necesariamente tal o cual de sus inflexiones, y que no sería perceptible de otro modo.

Más específicamente, en el caso de un texto televisivo, la intertextualidad apunta a la integración de un texto dentro de otro, siendo el origen de los textos integrados la misma televisión o cualquier otro medio cultural. Lemke (1992) considera la intertextualidad semiótica como uno de los pilares para la comprensión de cómo los significados son generados y utilizados en un nuevo

ambiente de medios masivos. Asimismo, Fairclough (1992), observa que la rápida transformación y reestructuración de las tradiciones y órdenes textuales discursivos que caracteriza el medio ambiente contemporáneo marca la importancia de analizar la intertextualidad en estos discursos. Refiriéndose particularmente a la televisión, Fiske (1987), arguye que la textualidad televisiva es esencialmente intertextual: “los textos televisivos no están confinados por los límites del medio” (p.15). Y esto se explica por el hecho de que el leer y hablar acerca de la televisión, así como nuestras experiencias previas o contiguas con otros medios culturales (tales como libros, películas, canciones) son parte del mismo proceso de ver televisión.

Es crucial, sin embargo, tener presente que la intertextualidad tiene que ver con la productividad de los textos, y no debe ser concebida como un espacio ilimitado para innovaciones y juego textual. Claramente, existen límites y restricciones sociales, condicionadas por relaciones de poder. Hall (1977) establece que toda práctica comunicativa que implica producción de sentido, está definida por un principio estructurante de lucha, si aceptamos la premisa de que toda actividad humana tiene lugar en un terreno hegemónico. Así, desde este punto de vista, el concepto de hegemonía se acerca al de intertextualidad. De este modo es posible conceptualizar la intertextualidad como “un proceso de lucha hegemónica en la esfera del discurso que tiene efectos y es afectada a su vez por la lucha hegemónica en el sentido más amplio” (Fairclough, 1992, p.271). Por lo tanto, en este estudio un aspecto importante a explorar serán las prácticas discursivas de una comunidad, en sus modos particulares de establecer relaciones reconocibles entre diversos textos (es decir, de dar vida a la lucha hegemónica). Para este fin será necesario observar qué textos son considerados relevantes por los miembros de una comunidad, para la interpretación de un discurso claramente intertextual (como es el caso de *Los Simpsons*), y por qué. ¿Qué tipo de significados se construyen mediante estas relaciones particulares entre textos? E igualmente importante, ¿qué tipo de significados no se construyen debido a que una comunidad no puede establecer dichas conexiones entre los textos?

Esto apunta a un último tema relevante a la presente investigación: las relaciones entre la habilidad de la audiencia para manejar la intertextualidad y la producción de lecturas de oposición o resistencia (Hall, 1980) de los textos.

### **Resistiendo la resistencia.**

En términos generales, los productores de textos interpelan a un sujeto interpretante capaz de hacer asunciones relevantes y de hacer las conexiones pertinentes (basadas en experiencias previas) que lleven a lecturas coherentes de los textos. Sin embargo, los interpretantes no son capaces siempre de resolver completamente las contradicciones presentes en los textos; en este

caso, el lector puede generar una interpretación de resistencia, que a su vez puede desarticular en menor o mayor grado la trama intertextual de un texto. Recordemos aquí que una lectura de resistencia es un modo de lucha hegemónica sobre la articulación de elementos intertextuales. Un intérprete “hábil” encajará en la posición establecida para él por el texto; pero no todo lector es tan fácilmente ubicable, algunos, en mayor o menor medida, y más o menos explícitamente, se resisten a la lectura preferencial del texto. Esto es posible dado que los intérpretes son también sujetos con experiencias sociales particulares acumuladas, y poseen recursos orientados de variadas formas a las múltiples dimensiones de la vida social, y estas variables afectan las maneras en que un lector interpreta un texto particular.

Si bien el carácter intertextual de los textos típicamente desemboca en procesos de producción textual que proyectan cierto tipo de lucha hegemónica, esto no es necesariamente siempre el caso, por lo que es muy importante tomar en cuenta la posibilidad de que esto no suceda, si queremos evaluar adecuadamente (y sin exagerar), la efectividad política e ideológica de dichos textos (Fairclough, 1992, Scholle, 1991, Lembo, 1990). Sobre esta misma línea, Carrage (1990) -haciendo referencia a Fiske- advierte en contra de la creciente tendencia a conducir investigaciones que idealizan románticamente a los miembros de la audiencia como “guerrillas semiológicas que consistentemente construyen lecturas de oposición de los textos ofrecidos por los medios” (p.93) . El problema aquí es que el concepto de oposición o resistencia parece ser demasiado amplio y general, y necesita ser especificado en términos del grado en que la lectura de resistencia o de oposición da cuenta de patrones más amplios de interpretación.

Considerando todo lo anterior, mi intención es explorar qué tipo de placer (en el sentido que Fiske da a este término) deriva la audiencia del hecho de reconocer y manipular los rasgos preeminentemente auto-reflexivos e intertextuales en un programa como *Los Simpsons*. Pero, al mismo tiempo, considero necesario utilizar una aproximación de lectura de resistencia con el fin de entender qué tipo de placer puede derivarse del consumo de dicho programa en el caso de que la intertextualidad no sea reconocida ni apropiada por el televidente. Mi hipótesis es que en este caso, estaríamos enfrentándonos con lo que yo llamaría “resistencia inversa”, la cual, en lugar de rechazar la lectura “mainstream” o hegemónica, rechazaría la alternativa o emancipatoria (que en el caso de *Los Simpsons* sería la lectura preferida) la cual podría situar a los lectores en una posición de poder).

### **Metodología y algunos resultados**

Desde la publicación del clásico estudio de audiencia de David Morley, *The Nationwide audience* (1981), un número creciente de estudios empíricos

cualitativos empiezan a abandonar la búsqueda de la “audiencia universal”. Si bien Angus et al. (1989) critican la retirada que esto implica respecto a las cuestiones relacionadas con el poder político y cultural de los medios, Marty Allor (1988) da buenas razones para su cuestionamiento de la utilidad de emplear un concepto unificado de efectos sobre la audiencia en su intento de definir una nueva aproximación crítica a los medios masivos.

Los estudios críticos de audiencias de los medios no sólo tratan de reconocer cómo estos textos articulan significados o valores de la ideología dominante, sino que también tratan de identificar los contextos histórico-sociales y culturales de las audiencias, y cómo esto se relaciona con la decodificación de los textos (Lewis, 1991).

Tomando lo anterior en consideración, y sin pretender comprender de manera generalizada la relación entre la audiencia total de *Los Simpsons*, y el uso de la intertextualidad, los sujetos para este estudio exploratorio fueron dos grupos de jóvenes estudiantes de universidad, consumidores regulares del programa *Los Simpsons*. La conformación del grupo fue más o menos homogénea en cuanto a variables socioeconómicas, y edad.

Para obtener los datos de este estudio se realizaron entrevistas a dos muestras no representativas de 32 y 29 estudiantes universitarios de un rango entre 19 y 24 años, pertenecientes a las clases media y media alta, tanto varones como mujeres, con un intervalo de tiempo de 5 años entre cada estudio.<sup>4</sup> El supuesto bajo el cual se tomó la decisión de llevar a cabo el estudio en dos tiempos es el de que los jóvenes de hoy han adquirido con el tiempo mucha más *media literacy* en relación a sus contrapartes de hace 5 años, tomando en cuenta el creciente carácter revolvente y con frecuencia “retro” de la programación de productos culturales en los medios.

Las entrevistas se realizaron en dos pasos. El primero, recogió datos sociodemográficos y frecuencia de consumo, y se centró en la apreciación de los entrevistados sobre la serie, su primer encuentro con la misma, la familiaridad que tienen con los personajes y con los temas que trata la serie.

Luego de haber contestado esta parte de la entrevista, se expuso a los entrevistados a un visionado de dos episodios de *Los Simpsons*, que manejan de manera muy obvia la intertextualidad (uno es la parodia de la película de Scorsese *Cape Fear*, el otro una emisión de homenaje a los 100 episodios de la serie). La idea en esta segmentación de la recolección de datos era detectar si los entrevistados que registraban más claramente una conciencia sobre el contenido intertextual de la serie, lograban una lectura emancipatoria y gratificante del mismo, y si aquellos a quienes les resultaba poco familiar el

---

<sup>4</sup> La primera exploración se llevó a cabo en abril del 2005, y la segunda en febrero del 2010, en ambos casos con estudiantes de la Universidad de Monterrey, México.

contenido intertextual, realizaban lo que he llamada “resistencia al revés” es decir, una lectura que pasaría por alto la encodificación dominante (que en este particular caso sería la emancipatoria) y realizarían una lectura de oposición al mensaje de crítica social que manejan muchos de los episodios de la serie.

La mayoría de los sujetos del primer tiempo (26 de los 32 casos) reportaron su primer encuentro con la serie después de los 17 años (aunque hubo 2 casos de hasta los 12 años), y en su mayoría los primeros encuentros no fueron muy gratificantes (no les entendían, les parecían groseros o grotescos, raros, locos). Por el contrario, quienes participaron en el segundo tiempo reportaron contacto con la serie desde edades de 10 a 12 años, aunque también en su mayoría coincidieron con los del primer tiempo en cuanto a su valoración negativa de la serie en sus primeros encuentros con la misma.

Cabe notar que el tema de la intertextualidad no salió a relucir de manera espontánea entre los encuestados del primer tiempo, cuyas observaciones sobre el programa se centraron en lo siguiente:

- Que la serie es una caricatura para adultos o jóvenes de amplio criterio
- Que la serie refleja a la familia normal de los suburbios norteamericanos
- Que trata sobre la vida cotidiana de una familia como otras
- Que es una caricatura violenta
- Que los niños no deberían ver esta serie
- Predominó entre las respuestas una actitud moralista (muchos mencionan que esta caricatura no es un “buen ejemplo”
- Que los personajes son “raros” o fuera de lo común.

En general, de los 32 entrevistados, en el primer tiempo de la exploración, solo uno mencionó haber reconocido las referencias a otros textos de los medios masivos. Ninguno menciona las referencias a textos literarios o de la cultura de élite.

En la segunda parte, luego del visionado de las dos emisiones mencionadas, los sujetos de esta primera aproximación por lo general negaban la importancia de la intertextualidad para un mayor disfrute de la serie, excepto en uno de los casos, que comentó que “al reconocer las citas se capta de otra manera el programa, pasa de ser simplemente un chiste a ser una crítica de algún producto. Al no reconocerlas, pues te pierdes esa parte de crítica”.

En cuanto a los sujetos entrevistados en el segundo tiempo (2010), llama la atención el salto en el rango de edades en las que tuvieron sus primeros



contactos con la serie. En su mayoría (26 de los 29 casos) su acercamiento a *Los Simpsons* se dio antes de los 12 años.

A diferencia del grupo entrevistado en el 2005, casi la mitad de este grupo sí hizo algún tipo de mención sobre la intertextualidad, antes de la exposición a los dos episodios seleccionados, aunque no la nombraran de esta forma, mediante comentarios como los siguientes:

“sé que es una parodia de la sociedad y que han caricaturizado situaciones y personajes”

“considero que las referencias culturales que utiliza son buenas”

“pasan mucho copias (sic) o artistas de la vida real”

“satiriza elementos de la historia”

“incluye referencias externas, programas, política, arte, historias, etc.”

En cuanto a su reflexión sobre el disfrute del programa, luego de ver los dos episodios donde aparecen diversas referencias intertextuales, todos los entrevistados en esta ocasión dijeron tener conciencia de al menos algunas de las referencias presentadas<sup>5</sup>, y también comentaron que si no fuera así, no podrían entender la parodia o crítica social de algunos de estos programas, ni podrían disfrutarlo. Algunos de sus observaciones fueron:

“si no lo entiendo (las referencias), no tiene sentido el lado cultural (sic) y sería solo un programa de entretenimiento”

“cuando el guión hace referencia a determinado personaje, película o programa lo hace con algún propósito que no captarías si no conoces (la referencia).”

“sus referencias, en ocasiones, no puedo identificarlas...si conociera todas disfrutaría más la serie”

“me parece un punto a favor que hagan referencia a productos culturales pues estos forman parte de la sociedad, e incluirlos abre las puertas a una parte de ésta que muchas veces no llega a todo el mundo”

“mucho de lo que vale la pena recordar ha sido parodiado en *Los Simpsons*.”

“al desconocer (las referencias) no podemos disfrutar de igual forma porque es como si no nos estuvieran hablando a nosotros”

“(las referencias) son una forma más de relacionar (el programa) con la vida normal y cotidiana de su audiencia”.

Cabe notar además que en varios casos en que se reconocen las referencias y su importancia para el disfrute del programa, también se muestra una actitud positiva hacia el mismo, dejando de lado la crítica “moralizante” que predominó

---

<sup>5</sup> El mínimo de referencias mencionadas fueron dos, y el máximo 23.

en el grupo entrevistado en la primera aproximación del 2005. Así encontramos comentarios como:

“es una serie que ha revolucionado el mundo de los dibujos animados... esta serie marca un antes y un después en el mundo audiovisual “aparentemente” (sic) infantil.”

“serie buena a nivel narrativo y visual, y sobre todo dentro de la narrativa por lo que hace referencia al sarcasmo que lo caracteriza.”

“un programa muy bien hecho, irónico y sarcástico, donde los americanos se burlan de sí mismos y la cosas o sucesos extraños que pasan en la vida real”.

“es una comedia animada con un humor muy peculiar. Satiriza elementos de la historia mostrando acciones que quizás sirvan de retratos de nuestra realidad social”.

De todo lo anterior se desprenden algunas consideraciones. Si bien no es posible, a partir de estas aproximaciones exploratorias, generalizar a todos los jóvenes mexicanos, las respuestas obtenidas de estas muestras no aleatorias, apuntan hacia ciertas direcciones, que podrían guiar una investigación posterior. En primer lugar, parece ser que en los últimos años la conciencia de la intertextualidad ha aumentado entre los jóvenes receptores mexicanos de clase media y media alta. Esto puede deberse también a la edad cada vez más temprana en que los sujetos entran en contacto con todo tipo de productos culturales masivos, y el incremento en tiempo de exposición y familiaridad con la cultura popular (Greenaway, 1997). En segundo lugar, tal y como sugerimos al principio de este trabajo, el reconocimiento de la intertextualidad parece ser un elemento que favorece la comprensión de los aspectos emancipatorios de un programa que para quienes no poseen esta conciencia intertextual, puede reducirse a mero entretenimiento “divertido pero muy tonto y nada educativo” (en palabras de uno de los entrevistados). Y en este último caso, sería indicativo de la ocurrencia de una “lectura de resistencia al revés” tal como lo establecimos más arriba.

### **A manera de conclusiones**

La cultura posmoderna, desde finales del siglo XX y hasta el presente, se caracteriza por su sincretismo, es decir, por la concentración de referentes procedentes de diversas tradiciones, sean, como hemos dicho, cultas o populares. Es en este contexto que hemos de entender una obra como *Los Simpsons*. Esta claro que el captar la intertextualidad que se maneja en esta serie también en último término será cuestión del espectador y de su formación como sujeto crítico, pero, con todo, aunque a veces este fenómeno quede poco claro, las referencias que nos remiten a otros textos están ahí y cada vez son menos ignoradas por los receptores.

Olson (1987) sugiere que estos juegos deconstructivos ofrecidos por la televisión contemporánea gozan de cierto atractivo popular, particularmente

para aquellos espectadores que se han convertido en televidentes expertos y que poseen una avanzada literacidad visual y mediática. Este tipo de discurso televisivo relaciona el medio a una red más compleja de cultura popular postmoderna (Feuer, 1984, Collins, 1992). Pero lo que es importante apuntar aquí es que esta habilidad o *know-how* para decodificar dichos mensajes por parte de la audiencia sitúa a los lectores en una posición de poder en tanto deriven placer del reconocimiento de sí mismos como espectadores sofisticados. El hecho de que muchos de los entrevistados en el segundo tiempo mencionaran la necesidad de realizar el reconocimiento de las referencias para un mayor disfrute del programa, nos remite al ideal de una audiencia “letrada” en medios, como forma de contrarrestar la influencia de los medios visuales en los espectadores (Messaris: 1994, Graham: 1989, Masterman, 1997, Brookfield: 1986).

Todos los elementos que hemos revisado nos permiten hablar de *Los Simpsons* como una serie que plantea la intertextualidad como uno de sus principales recursos, un recurso que lo hace especialmente rico y al mismo tiempo lo enmarca en una tradición de la cual proviene y a la cual rinde homenaje. Y aunque tal vez, para una parte de su audiencia en México las referencias intertextuales que pueblan esta caricatura pasen aún más o menos desapercibidas, existe un creciente número de receptores, sobre todo entre los jóvenes, que han empezado a aprovechar la familiaridad con la cultura *massmediática* para realizar una lectura emancipatoria de esta serie.

## **Bibliografía**

ALLOR, M. (1988). «Relocating the site of the audience». *Critical Studies in Mass Communication*. 5. p. 217-233.

ANGUS, I. ET AL. (1989) «On pluralist apology». *Critical Studies in Mass Communication*. 6, p. 441-449.

BAKHTIN, M. (1970). *La poetique de Dostoievski*. Paris: Seuil.

BAUDRILLARD, J. (1993). *The transparency of evil*. London: Verso.

BROOKFIELD, S.(1986) «Media Power and the development of media literacy: An adult educational interpretation». *Harvard Educational Review*. Vol .56, No. 2, Mayo, p. 151-170.

BUCKINGHAM, D. (1989). «Television literacy: A critique». *Radical Philosophy* 51 (primavera): p. 12-25.

CARRAGE, K. (1990). «Interpretive media study and interpretive social science». *Critical Studies in Mass Communication*, 7, p.81-96.

COLLINS, J. (1995). *Architectures of excess. Cultural life in the information age*. New York: Routledge.

COLLINS J. (1992).«Television and postmodernism». En: ALLEN, R.C. (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled*. Charlotte: University of North Carolina Press.

ECO, U (1965). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.

ECO, U. (1979). «¿El público perjudica a la televisión?». En: M. DE MORAGAS Y SPA (ed.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.

FAIRCLOUGH , N. (1992) «Intertextuality in critical discourse analysis» *Linguistics and Education*, 4, p. 269-293.

FEUER, J. (1983) «The concept of live television: Ontology as ideology». En: KAPLAN, E.A. (ed.). *Regarding television*. Frederick: University Publications of America.

FEUER, J. (1986) «Crossing Wavelengths: The diegetic and referential imaginary of American commercial television». *Cinema Journal* 25, no. 2 (invierno): p. 51-64.

FISKE, J. (1986). «Television and popular culture: Reflections on British and Australian critical practices». *Critical Studies in Mass Communication*, 3, p. 200-216.

FISKE, J. (1991). *Television culture*. London: Routledge.

FISKE, J. Y J. HARTLEY. (1998). *Reading Television*. London: Methuen.

GENETTE, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

GERGEN, K. (1992). *The saturated self*. New York: Macmillan.

GRAHAM, R. J. (1989). «Media literacy and cultural politics». *Adult Education Quarterly*. Vol. 39, No.3 (primavera), p.152-160.

GREENAWAY, P. (1997). «Media and Arts Education: A Global View from Australia». En: KUBEY, R. *Media Literacy in the information age*. Londres: Transaction Publishers. p. 187-198.

HALL, S. (1977). «Culture, the media and the ideological effect». En: CURRAN, J. ET AL, *Mass communication and society*. Londres: Arnold.

HALL, S. (1980) «Encoding, decoding». En: HALL, S. ET AL. (eds.) *Culture, Media, Language*. Londres: Hutchinson p. 117-121.

KRISTEVA, J. (1969) *Semeiotikè. Recherches pour une sémanalyse*, Paris: Seuil.

LEMBO, R. Y K. TUCKER (1990). «Culture, television and opposition: Rethinking cultural studies». *Critical Studies in Mass Communication*, 7, 1990, p. 97-166.

LEMKE, J. L. (1992). «Intertextuality and educational research». *Linguistics and education* 4, p. 257-267.

LEWIS, J. (1991). *The ideological octopus: An exploration of television and its audiences*. New York: Routledge.

MASTERMAN, L. (1997). «A Rationale for Media Education». En: KUBEY, R. *Media Literacy in the information age*. Londres: Transaction Publishers. p. 15-68.

MESSARIS, P. (1994). «Visual Literacy vs. Visual manipulation». *Critical Studies in Mass Communication*, 11. p.180-203.

MORLEY, D. (1980). *The Nationwide audience: Structure and decoding*. Londres: British Film Institute.

OLSON, S.R. (1987). «Meta-Television; Popular postmodernism». *Critical Studies in Mass Communication*. 4. p. 284-300.

POSTER, M. (1990) *The mode of information*. Oxford: Polity Press.

SCHOLLE, D. (1991). «Reading the audience, reading resistance: Prospects and problems». *Journal of Film and Video*, 43, p. 80-89.

SPIEGEL, L. (1992). *Make room for TV. Television and the family ideal in postwar America*. Chicago: The University of Chicago Press.

VILLALOBOS ALPIZAR, I. (2003) «La noción de intertextualidad en Kristeva y Barthes». *Revista de Filosofía de la Universidad de Costa Rica*. Enero 01, 2003. Recuperado en <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-126788093/la-nocion-de-intertextualidad.html> [14 de noviembre de 2009].